

ризуется дуальностью политических акторов, демонстрирующих различные политические практики. *В чем заключается уральская специфика городской социальной общности как актора политических действий?*

Социокультурная матрица городов Свердловской области. Существует мнение, что квинтэссенцией эволюции уральской локальной цивилизации является собственная своеобразная культурная матрица. В культурной матрице жителей городских поселений можно выделить четыре основных элемента: информационный, аксиологический (ценностный), коммуникационный и деятельностный. Первый элемент (информационный) характеризует степень образованности и информированности населения, общий культурный уровень человеческого капитала; второй (аксиологический) – систему ценностей и ценностных ориентаций, менталитет народа, его духовные традиции и устои; третий (коммуникационный) – отражает степень развития социальных связей, включенность населения в системы коммуникаций различного уровня; четвертый (деятельностный) – показывает степень активности граждан в различных типах социальных практик, их инновационный, творческий потенциал. *В чем заключается специфика компонентов городской культурной матрицы?*

Сегодня, как и в прошлом, судьба России во многом зависит от поведения и настроения народов Урала, в Свердловской области 82 % населения – городские жители, что объясняет актуальность изучения городов как социальных феноменов.

Г. Е. Зборовский

ВОЗМОЖНА ЛИ ПУБЛИЧНАЯ СОЦИОЛОГИЯ В РЕГИОНЕ?

Прежде чем ответить на поставленный вопрос, необходимо рассмотреть понятие публичной социологии в рамках той дискуссии, которая в последние годы приобрела международный характер и затрагивает интересы различных групп социологов как за рубежом, так и в нашей стране. Начало дискуссии было положено известным американским социологом, ныне президентом Международной социологической ассоциации М. Буравым в статье «За публичную социологию» [1]. По сути им была уточнена концепция основных видов социологической деятельности.

Автор выделяет четыре альтернативы в социологической науке и практике: прикладную, профессиональную, критическую, публичную. Прикладная социология – это социология, выполняющая заказы рынка услуг. Профессиональная социология – это университетская социология, занимающаяся внутренними проблемами академической науки. Критическая социология – это социология, «нападающая» на все виды научной нейтральности, разоблачающая господствующие взгляды, скрытые ценностные пристрастия профессиональных социологов и напоминающая о научной совести. Наконец, публичная социология, в отличие от первых трех альтернатив, – это социология, выходящая за внутренние границы научных диалогов, обращенная вовне, вступающая в дискуссию с различными группами публики.

М. Буравой различает два типа публичных социологов – традиционных и органичных. Традиционный публичный социолог обращается к широкой безымянной публике, ничем не выделяющейся и придерживающейся самых общих и обыденных ценностей. Органичный публичный социолог напрямую работает с немногочисленной, сосредоточенной в одном месте публикой, сплоченной, активной, видимой и часто противящейся обыденному и общепринятому.

Не трудно обнаружить, что первые три разновидности социологической деятельности не выходят за пределы социологической науки и не касаются широкой аудитории читателей (зрителей, слушателей). И только четвертая разновидность – публичная социология – означает возможность выхода науки на общество и активного взаимодействия с ним. Когда, при каких обстоятельствах социология может стать публичной?

Во-первых, когда материалы и результаты социологических исследований становятся достоянием СМИ, а через них – и массового сознания. Правда, здесь можно столкнуться с определенным ограниченным толкованием возможностей социологии, сводимой к конкретным данным конкретных исследований (типичный вопрос, задаваемый в СМИ, – что «показывает» социология по той или иной проблеме). Теоретические проблемы, различные интерпретации их СМИ не интересуют, представители средств массовой информации полагают, что могут это сделать не хуже любого социолога.

Во-вторых, когда социологи занимаются публичным просвещением, т. е. просвещением различных социальных групп, включая, безусловно, и студентов, и специалистов, имея в виду их участие в публичных дискуссиях, материалы в периодических изданиях (газетах, журналах), чтение публичных лекций для массовых аудиторий (в том числе телевизионных).

В-третьих, когда социологи принимают участие в подготовке и принятии решений по актуальным проблемам общественной жизни на федеральном, региональном и муниципальном уровнях; при этом их (социологов) выводы, заключения и рекомендации получают публичное одобрение со стороны тех субъектов социального управления, которые заинтересованы в использовании данных научных исследований.

В-четвертых, когда сами социологи заявляют о своей активной не только научной, но и общественной позиции, когда они выступают от имени определенных социальных групп, выражая и отстаивая их интересы, ощущая себя членами гражданского общества, выступающими с определенными общественными и гражданскими инициативами.

В-пятых, когда социологи сами становятся представителями власти, будь то политическая, административная или общественная ее разновидности. В этом случае они (социологи) сами, как правило, своей деятельностью усиливают публичный характер науки, пропагандируют ее роль и значение. Впрочем, если эта деятельность не всегда приобретает позитивный резонанс, то эффект такой публичности может оказаться и негативным для самой социологии.

С учетом высказанных соображений следует отметить, что в России, безусловно, существуют все 4 разновидности социологических практик, однако представленность их разная. Конечно, она зависит от ряда факторов. Среди них немаловажное значение приобретает фактор типа поселения. В своих прежних работах мы не раз использовали концепцию миросистемного анализа И. Валлерстайна применительно к дифференциации социологии как науки и практики. В соответствии с ней мы выделяли социологический центр, социологическую полупериферию и социологическую периферию.

В масштабах России к первому мы относим (условно) обе столицы, ко второй – города-«миллионники», к третьей – остальную социологическую Россию. Критериев такого разграничения достаточно много, и они имеют как объективный, так и субъективный характер. Здесь и уровень развитости социологии, и наличие профессионально работающих специалистов, и существование различных структур, осуществляющих социологическую деятельность, и ориентированные на нее СМИ, и отношение населения (уровень доверия) к данным социологическим исследованиям и т. д. и т. п.

Анализируя деятельность центра (столичных социологов), мы имеем все основания говорить о существовании в Москве и С.-Петербурге публичной социологии, хотя она, безусловно, очень разнородна в своих проявлениях в этих городах.

Чем дальше мы передвигаемся от социологического центра вглубь социологической провинции, по направлению к социологической периферии, тем реже заметны проявления публичной социологии, поскольку они связаны с профессионализмом социологов, их известностью и популярностью. В регионах, особенно не в самых крупных, имеется заметный дефицит таких людей. Справедливости ради нужно сказать, что их и в больших регионах не так уж много. Речь идет о специалистах, умеющих не только проводить интересные и важные исследования, но и еще увлекательно о них писать и рассказывать.

Дело еще и в том, что общение социолога с публикой в той или иной форме требует определенной смелости и гражданского мужества, особенно когда приходится задевать интересы власть и бизнес имущих. Гражданская и научная позиция (я их не разделяю в данном случае, полагая, что они тесно взаимосвязаны и представляют собой некое единство) нужна и в противостоянии так называемой ангажированной социологии, представители которой в угоду заказчикам соответствующих исследований готовы пойти на фальсификации и искажения объективных данных.

В связи с этим возникает важная проблема взаимоотношения социологии, власти и бизнеса, точнее говоря, тех аспектов этого взаимоотношения, которые благодаря социологии приобретают (могут приобрести) публичный характер. Для социологии в регионах, когда ее представители достаточно известны и находятся под «аудио» и «видеонаблюдением», такая публичность иногда может дорого стоить.

Чаще всего отношения между социологией и властью в регионе (на местах) оказываются достаточно нейтральными и строятся по принципу «не тро-

гать друг друга». Но не нужно забывать и о том, что в ряде случаев существует финансовая сторона названных отношений, поскольку власть может оказаться заказчиком (плательщиком) исследований.

У публичной социологии есть еще одна очень важная задача: привлечение абитуриентов на социологические факультеты и отделения. Чем активнее утверждает себя социология в регионе, тем большую популярность у молодежи она завоевывает. Обучающий потенциал социологии может быть достаточно значимым, в особенности таким ресурсом располагает публичная социология.

Возвращаясь к вопросу, поставленному в заглавии тезисов, отметим, прежде всего, необходимость публичной социологии в регионе. Ее наличие является гарантом осознания полезности и важности этой науки, одним из условий создания гражданского общества. Но понимание необходимости еще не означает автоматического признания возможности публичной социологии в регионе.

Помимо обстоятельств, которые были указаны выше и касались предпосылок существования публичной социологии в целом, целесообразно выделить условия, определяющие возможность публичной социологии в регионе. В качестве таковых назовем: 1) стремление социологов и их активность в деле внедрения публичной социологии; 2) понимание ими тех сложностей, которые могут возникнуть на этом пути и затронуть их лично; 3) позиция власти – региональной и муниципальной, ее отношение к социологии, готовность/неготовность сотрудничать с ее представителями и признать их право на критический анализ социальных процессов (в том числе и самой власти); 4) позиция СМИ, их отношение к социологии, готовность/неготовность сотрудничать с ее представителями и признать их право на критический анализ социальных процессов (в том числе и самих СМИ); 5) отношение различных социальных групп к власти, ее деятельности, к СМИ, к социологическим исследованиям, наличие выраженного общественного мнения, его изучение в регионе; 6) уровень активности населения, в том числе протестной.

-
1. Burawoy M. For Public Sociology // American Sociological Review. 2005. Vol. 70. № 1. P. 4–28.

Т. Е. Зерчанинова

СОЦИАЛЬНЫЙ АУДИТ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

Социальный аудит – это вид социоинженерной деятельности, включающий социальную диагностику состояния социальной системы, оценку социальной эффективности государственной политики и консультационную поддержку органов государственной власти по совершенствованию государственной политики.

Автором разработана системно-деятельностная модель социального аудита государственной политики. Структура системно-деятельностной модели